

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ  
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

**Дипломна робота**

на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня "магістр"

**Лексико-граматичні та прагматичні особливості  
заголовків в дискурсах англomовної преси**

**Виконала:**

студентка VI курсу 61 групи

напряму підготовки: 020303 Філологія

спеціальності: 8.02030302 Мова і

література (англійська)\*.

**Юхимчук Анна Миколаївна**

**Науковий керівник:**

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри англійської мови

**Котнюк Людмила Григорівна**

**Житомир – 2014**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ</b>	
<b>АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ</b> .....	8
1.1. Заголовок як складова частина тексту.....	8
1.2. Публіцистичний дискурс сучасної англомовної преси.....	15
1.3. Лексико-граматичні особливості англійської мови.....	21
1.4. Стилiстичні ресурси англійської мови.....	26
<b>Висновки до Розділу 1</b> .....	37
<b>РОЗДІЛ 2. ЛЕКСИЧНЕ НАПОВНЕННЯ ТА ГРАМАТИЧНІ І</b>	
<b>СТИЛІСТИКО-ПРАГМАТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ГАЗЕТНИХ</b>	
<b>ЗАГОЛОВКІВ</b> .....	39
2.1. Лексико-морфологічні особливості англомовних газетних заголовків...	39
2.2. Синтаксичні особливості газетних заголовків.....	45
2.3. Стилiстичні параметри заголовків.....	49
2.4. Прагматичне спрямування заголовків.....	63
<b>Висновки до Розділу 2</b> .....	75
<b>ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ</b> .....	77
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	81
<b>RESUME</b> .....	89

## ВСТУП

Заголовок твору багаторазово знаходиться в центрі уваги сучасних лінгвістів, оскільки він виступає в ролі міцно стиснутої пружини, що розкриває свої можливості в процесі розгортання текстової інформації. Заголовок розуміють як спрямовану віху твору, як одну з його найголовніших вербальних опор, що містить основну ідею тексту та є його смисловим ядром. Заголовок є рамковим знаком, який вимагає обов'язкового повернення до себе після завершення читання художнього тексту та який нарощує об'єм свого значення за рахунок безлічі контекстуальних значущостей найрізноманітніших мовних одиниць.

Заголовок був об'єктом цілої низки лінгвістичних досліджень на матеріалі різних мов. Так, вивчалися структурно-синтаксичні особливості заголовка поетичних, художніх, газетних текстів а також заголовка в науково-технічній літературі (Л. Ф. Грицюк, Н. О. Кожина, Л. О. Коробова, О. С. Толомасова, М. О. Шамелішвілі, Л. О. Лебедева); лексичні особливості газетного заголовка (О. М. Максютова). Значна увага приділялася проблемі співвідношення заголовка та основного тексту поетичних і художніх творів, рекламних текстів, газет (Л. Ф. Грицюк, Л. О. Ноздріна, О. М. Траченко, Н. Л. Волкогон, Л. О. Коробова, І. С. Стам, Н. В. Шиверська) [4; 26; 27; 52].

**Актуальність теми** роботи зумовлена загальною спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на аналіз тексту як комунікативної системи, тенденцією до поглибленого вивчення функціональних особливостей різних типів текстів, зокрема публіцистичних. Дослідження заголовка крізь призму його функцій у смисловій організації тексту є важливим з погляду з'ясування їх інформативності, лексико-граматичних особливостей та прагматичної спрямованості.

**Об'єкт дослідження** – заголовки газетних текстів.

**Предмет дослідження** – лексичні, структурно-граматичні, комунікативно-прагматичні та стилістичні особливості функціонування заголовків газетних статей.

**Мета дослідження** – проаналізувати лексико-граматичну структуру заголовків та їх функціонально-стилістичні особливості на прикладі англомовних публіцистичних текстів.

Поставлена мета передбачає розв’язання наступних **завдань**:

- розглянути поняття заголовка, його основні функції та характеристики;
- проаналізувати лексико-морфологічні особливості англомовних газетних текстів;
- визначити синтаксичні та стилістичні особливості газетних заголовків;
- дослідити прагматичне спрямування заголовків газет.

При дослідженні теми в роботі було використано такі загальнонаукові **методи дослідження**, як аналіз для опрацювання літератури з проблеми дослідження та визначення напрямів наукового пошуку. Метод суцільної вибірки був використаний під час відбору матеріалів для подальшого аналізу. Для дослідження семантичної структури лексичних одиниць слугував метод аналізу словникових дефініцій. Для визначення лексичних, синтаксичних, стилістичних особливостей відібраних заголовків використовувалися методи контекстно-ситуативного, когнітивного, прагматичного та семантичного аналізу. На описовому етапі дослідження використовувалися методи систематизації, узагальнення та опису виявлених закономірностей та особливостей заголовків.

**Теоретичне значення** роботи полягає в подальшій розробці питань, пов’язаних з вивченням заголовків газет як таких, що передають первинну інформацію про зміст тексту.

**Практичне значення** полягає в можливості використання результатів дослідження у спецкурсах з прагмалінгвістики, у курсах теорії мовленнєвої комунікації, лінгвістики тексту, при складанні навчальних посібників і в процесі проведення занять з практичного курсу англійської мови.

**Результати дослідження були апробовані в статтях “Стилістичні особливості англomовних газетних заголовків”// Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації: Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців за міжнародної участі, 21 березня 2014 року, С. 322-325; “Information Content of Newspaper Titles”, яка представлена на II студентській міжнародній Інтернет конференції “English in Interdisciplinary Context of Life-long Education”, що проходила на базі Кам’янець-Подільського Національного університету імені Івана Огієнка з 22 квітня по 16 травня 2014 року.**

### **Основні положення, що виносяться на захист:**

1. Функціональне призначення заголовків – коротко викласти зміст статті в найбільш сенсаційному вигляді. В назві передається зміст публікації в лаконічній і цікавій формі при використанні стилістично-нейтрального прошарку лексики та різноманітних стилістичних ресурсів мови. Інформаційність заголовка може виражатися за допомогою змістових слів, що належать до різних повнозначних частин мови: іменники (власні та загальні назви), прикметники (якісні та відносні), числівники (кількісні та порядкові), дієслова в різних видо-часових формах (хоча найчастіше зустрічаються форми неозначених часів), займенники різних підгруп (особові, присвійні, зворотні, вказівні, питальні, неозначені, універсальні тощо), прислівники (якісні, кількісні, обставинні) та модальні слова. В заголовках зустрічаються також службові частини мови: прийменники, артиклі, сполучники, частки, вигуки, слова-відповіді.

2. Для влучного вираження головної ідеї статті у заголовках використовуються стилістичні ресурси різних рівнів:

- Фонетичні (алітерація, асонанс, звуконаслідування, ритм і рима).
- Графічні (пунктуація, велика літера, курсив, лапки, що виділяють окремі слова, словосполучення, речення, взяті з виступів тих чи інших політичних діячів)

- Лексичні: на фоні основної маси слів, що належать до стилістично нейтрального прошарку лексики, в заголовках використовуються слова високого стилістичного тону (поетизми, архаїзми, неологізми, запозичені слова та терміни) та слова зниженого стилістичного тону (розмовні слова або коллоквіалізми, жаргонізми, професіоналізми). Скорочення та аббревіатури також часто зустрічаються в заголовках, хоч і, зазвичай, ускладнюють їх розуміння. Також частим є використання заголовних кліше та фразеологічних сполук.
- Синтаксичні виразні засоби (еліптичні конструкції, апосіопеза, номінативні речення, повтор, перелічення, інверсія) та стилістичні прийоми (паралелізм, хіазм, анафора, риторичне запитання, парцеляція).
- Семасіологічні виразні засоби / фігури заміщення: фігури якості (метафора, антономазія, метонімія, перифраза, іронія, епітет, алюзія); фігури кількості (гіпербола, мейозис). Стилiстичні прийоми / фігури суміжності: фігури тотожності (порівняння); фігури протилежності (антитеза, оксюморон); фігури нерівності (каламбур, зевгма).

3. У заголовках вживаються речення, що відрізняються за метою висловлювання (розповідні, спонукальні та питальні речення) та за своєю структурою: прості (односкладні: номінативні, дієслівні; двоскладні: поширені, непоширені); складні (складносурядні: безсполучникові, сполучникові; складнопідрядні з підрядними реченнями різного типу; складносурядні з підрядністю).

4. Заголовки в публіцистичному стилі виконують різноманітні функції:

- Інформативну (повноінформативну, якщо повністю актуалізують смисловий компонент тексту, та неповноінформативну, які не повністю актуалізують смисловий компонент тексту);
- Оцінну функцію, яка співвідносить реальну інформацію з уявленням людини про гарне, погане, приємне, неприємне і набуває суб'єктивної форми, оцінного судження. Оцінні характеристики заголовків передаються

різними частинами мови: іменниками, прикметниками, дієсловами, прислівниками.

- Спонукальну функцію, коли в заголовку виражений заклик до дії.
- Інтригуючу функцію, привертаючи увагу читача, спонукають його до певного тлумачення змісту, але не дозволяють заздалегідь зробити висновок про зміст повідомлення.

**Структура роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків та списку використаних джерел.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Заголовок як складова тексту широко вивчається дослідниками, що працюють у руслі лінгвістики та стилістики тексту в цілому, а також вивчають його на функціональному рівні. Саме тому в газетній публіцистиці заголовку приділяється відповідна увага, оскільки читач в першу чергу, як правило, проглядає назви статей і повідомлень, і тільки потім починає читати текст з тим заголовком, що його зацікавив. Тобто в такий спосіб автор публікації прагне „завоювати” читача, привернути його увагу, затримати її і досягнути прочитання всього матеріалу.

Заголовок у стислій формі передає основну тему твору. В одних творах він лише називає проблему, рішення якої дається в тексті, в інших – назва є ніби тезою самого корпусу тексту, а в третіх він настільки глибоко закодований, що зрозуміти його можна тільки після прочитання самого твору.

Дискурс – це мовленнєве явище, що складається з учасників комунікації, ситуації спілкування, тексту як його продукту та екстралінгвістичних чинників.

Публіцистичний дискурс характеризується документалізмом, стриманістю, офіційністю, узагальненістю викладу матеріалу. Однією з функцій публіцистичного дискурсу є вплив на читача, саме тому інформація повинна бути чітко викладена автором, який адекватно підбирає зміст повідомлення і мовні засоби та одиниці для його вираження.

В процесі аналізу ми виявили, що в заголовках англomовної преси часто використовуються як самостійні, так і службові частини мови. Самостійні частини мови представлені в заголовках:

- Іменниками (власними та загальними назвами у формах однини та множини).
- Прикметниками в різних морфологічних формах, в позиції означення та предикативу.



- Кількісними та порядковими числівниками, що записуються як записуються цифрами, так і словами.
- Дієсловами у різних видо-часових формах, хоча найчастіше вживаються дієслова з групи неозначених часів (Indefinite tenses). До того ж, неозначені часи (Indefinite tenses) можуть вживатися замість подовжених (Continuous tenses) та перфектних часів (Perfect tenses).
- Займенниками різних підгруп: особовими, присвійними, зворотніми, вказівними, питальними, неозначеними, універсальними.
- Прислівниками, що передають якісні, кількісні та обставинні характеристики якостей, станів та дій.
- Модальними словами, що вказують на відношення автора до того, про що говориться в статті.

Службові частини мови, що використовуються в заголовках, представлені прийменниками, сполучниками, частками, вигуками, словами-відповідями та означеними чи неозначеними артиклями, що часто опускаються в заголовках.

У заголовках вживаються речення, що відрізняються за метою висловлювання (розповідні, спонукальні та питальні речення) та за своєю структурою (прості односкладні та двоскладні, складносурядні, складнопідрядні, а також складні змішані типи речень). Частими є випадки, коли складні сегментовані речення утворюються в результаті взаємодії речення-інформації та речення-посилання. Заголовки, виражені складними реченнями, є занадто громіздкими, тому вони рідко вживаються в англomовній пресі.

Для влучного вираження головної ідеї статті у заголовках широко використовуються стилістичні ресурси різних рівнів:

1. Фонетичні (алітерація, асонанс, звуконаслідування, ритм і рима).
2. Графічні (пунктуація, велика літера, курсив, лапки, що виділяють окремі слова, словосполучення, речення, взяті з виступів тих чи інших політичних діячів).

3. Лексичні: на фоні основної маси слів, що належать до стилістично нейтрального прошарку лексики, в заголовках використовуються слова високого стилістичного тону (поетизми, архаїзми, неологізми, запозичені слова та терміни) та слова зниженого стилістичного тону (розмовні слова, або коллоквіалізми, жаргонізми, професіоналізми). Скорочення та аббревіатури також часто зустрічаються в заголовках хоч і зазвичай ускладнюють їх розуміння. Також частим є використання заголовних кліше та фразеологічних сполук.

4. Синтаксичні виразні засоби (еліптичні конструкції, апосіопеза, номінативні речення, повтор, перелічення, інверсія) та стилістичні прийоми (паралелізм, хіазм, анафора, риторичне запитання, парцеляція).

5. Семасіологічні виразні засоби (фігури заміщення) та стилістичні прийоми (фігури суміжності). Семасіологічні виразні засоби (фігури заміщення) представлені фігурами якості (метафора, антономазія, метонімія, перифраза, іронія) та фігурами кількості (гіпербола, мейози, літота). Стилiстичні прийоми (фігури суміжності) в заголовках виражені фігурами тотожності (порівняння), фігурами протилежності (антитеза, оксюморон) та фігурами нерівності (каламбур, зевгма).

Газетні заголовки найчастіше виконують функцію інформування. Заголовок орієнтує читача на швидке знайомство з основною ідеєю повідомлення, навіть не вчитуючись у нього. В залежності від того, яка функція є переважаючою у газетному заголовку, він може по-різному взаємодіяти з текстом. Так, наприклад, заголовок інформаційного характеру просто повідомляє про об'єкт або явище, якому він разом з тим присвячується. Такий заголовок, без сумніву, заінтригує читача, приверне його увагу, адже практично не можливо передбачити, про що буде йти мова.

Домінуюча інформативна функція часто поєднується з оцінною, яка виражається в заголовках словами, що належать до різних частин мови. Проте найчастіше оцінну функцію виконують прикметники, які вказують на смакові, інтелектуальні та емоційні відчуття (сенсорна оцінка), прикметники

добрий/поганий та їх синоніми (абсолютна оцінка) та прикметники, які описують практичну діяльність людини (раціоналістична оцінка).

Наряду з інформативною та оцінною функціями заголовки виражають заклик до дії, виконуючи спонукальну функцію. Спонукальність виявляється в заохоченні до дії, що названа в статті. Багато тут залежить від тематики повідомлення.

Інтригуючу функцію виконують заголовки, які своєю стилістичною відміченістю привертають увагу читача, але не містять інформації, що дозволяє заздалегідь зробити висновок про зміст статті.

## СПИСКИ ВИКОРИСТНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. Стилистика декодирования. — Л.: Просвещение, 1981. — 303 с.
2. Арутюнова, Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева — М. : Сов. Энциклопедия, 1990. — С. 136 — 137.
3. Баранов А.Н. Теория лингвистических экспертиз как направление прикладной лингвистики. — [Электронный ресурс] / А. Н. Баранов — Режим доступа: <http://www.dialog-21.ru/Archive/2004/Baranov.htm>
4. Бахарев Н.Е. Общие тенденции и некоторые закономерности структурно-функционального развития газетных заголовков // Русское и зарубежное языкознание: Сб. ст. - Алма-Ата: Казах. гос. ун-т. - 1970. - Вып. 4. - С. 72-79.
5. Бахарев Н.Е. Структурно-функциональное развитие заголовков (на материале заголовков из газет и журналов за 1903-1907, 1935-1939, 1965-1970 гг.) : Автореф. дис. канд. филол. наук. Алма-Ата, 1971. С.16.
6. Безруков В.И. Синтаксическая структура и семантика заголовков (на материале газет) // Синтаксис современного русского языка: Сб. ст. - Тюмень: Тюмен. гос. пед. ин-т. - 1968. - Вып. 6. - № 40. - С. 53-58, С. 76
7. Бенвенист, Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист. — 3-е изд. — М. : Эдиториал УРСС, 2009. — 448 с.
8. Большой энциклопедический словарь. Языкознание. /Ярцева В.Н. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. — 685 с.
9. Брандес М.П. Стилистика немецкого языка. — М.: Высш.шк., 1990. — 320 с.
10. Валгина Н.С. Функциональные стили русского языка: Уч. Пособие. М., 1994.
11. Виноградов В.В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. — М.: Изд-во АН СССР, 1963. — 255 с.

12. Волкогон Н.Л. Заголовок як аргументативний компонент рекламного дискурсу (на матеріалі іспанської мови) // Вісник Київського лінгвістичного університету. Серія Філологія. – 2000. – Т. 3, №2. – С. 155-160.
13. Вольф, Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – М.: Наука, 1985. – 228 с.
14. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. — М.: Изд-во лит-ры на иностр. языках, 1958. — 459 с.
15. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М.: Наука, 1981. – 140 с.
16. Ганич Д.І., Олійник І.С. Словник лінгвістичних термінів. – К.: Вища школа, 1985. С.321
17. Григорьева В. С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты: Монография / В.С. Григорьева. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 288 с.
18. Дейк, ван Т.А. Стратегии понимания связного текста / Т.А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1988. – Вып. 23. – С. 153–212.
19. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен: колективна монографія / Ред. І. С. Шевченко. – Х.: Константа, 2002. – 356 с.
20. Есперсен О. Философия грамматики: Пер. с англ. – М.: Изд-во иностранной литературы, 1958. – 404 с.
21. Єфімов Л. П. Стилїстика англійської мови і дискурсивний аналіз. Учбово-методичний посібник / Л. П. Єфімов, О. А. Ясінецька. — Вінниця: Нова книга, 2004. — 240 с.
22. Золотова Г.А. Очерк функционального синтаксиса русского языка. – М.: Наука, 1973. – 351 с.
23. Иванова И.П., Бурлакова В.В., Почепцов Г.Г. Теоретическая грамматика современного английского языка. – М., 1981. – 285 с.
24. Каушанская В.Л. Грамматика английского языка. – М.: Айрис-Пресс, 2008

25. Коваленко А.М. Заголовок англomовного журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика: Дис. канд. філол. наук/Київськ. нац. лінгв. ун-т. – К. – 2002. – 187 с.
26. Коваль А. П., Солганик Г. Я., Пинчук А. Ф. Особливості мови і стилю засобів масової інформації. – К.:, 1983. – 152 с.
27. Кожина Н. А. Заглавие художественного произведения: онтология, функции, параметры типологии / Н. А. Кожина // Проблемы структурной лингвистики. 1984 / под ред. В. П. Григорьева. – М. : [б. и.], 1988. – С. 167–183, с. 179.
28. Коробова Л.А. Заглавие как компонент текста (на материале газетной публицистики ГДР): Дис... канд. филол. наук. – Алма-Ата, 1982. – 207 с.
29. Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту: [навч. посібник] / І. М. Кочан. – 2-ге вид., перероб. і доп.– К.: Знання, 2008. – 423 с.
30. Кошечая И.Г. Название как кодированная идея текста // Иностранные языки в школе. – 1982. – №2. – С. 8 – 10.
31. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: Курс лекцій / В. В. Красных. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2001. – 270 с.
32. Куранова С. Загальнодискурсивні особливості газетної статті / С. Куранова // Українська мова й література в середніх школах, гімназіях, ліцеях та колегіумах. – 2004. – №3. – С. 132–138.
33. Лютая А.А. Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика: автореф. дис. канд. филол. наук / Лютая А.А. – Волгоград. – 2008. – 26 с.
34. Максютowa О.М. Ассоциативно-оценочные слова в заголовках британской прессы // Прагматика и стилистика текста: Сб. ст. – Алма-Ата: Казах. гос. ун-т им. С.М. Кирова, Алма-Ат. пед. ин-т иностр. яз. – 1988. – С. 107 – 112.
35. Мороховская Э.Я. Основы теоретической грамматики английского языка. – Киев, 1984.

36. Мороховский А.Н., Воробьева О.П., Лихошерст Н.И., Тимошенко З.В. Стилистика английского языка. — К.: Вища шк., 1991. — 272 с.
37. Мужев В.С. О функциях заголовков // Вопросы романо-германской филологии: Уч. зап. — М.: Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. М. Тореца. — 1970. — Вып. 55. — С. 86 — 94.
38. Ноздрина Л.А. Заглавие текста // Грамматика и смысловые категории текста: Сб. науч. тр. им.М. Тореца. / М. — 1982. — № 189.
39. Ноздрина Л.А. Прагматическая характеристика заглавий // Прагматика и структура текста: Сб. науч. тр. М —.: Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. М. Тореца. — 1983. — Вып. 209. — С. 43 — 56
40. Пелевина Н.Ф. Стилистический анализ художественного текста. — Л.: Просвещение, 1980. — 272 с.
41. Селиванова Е. А. Основа лингвистической теории текста и коммуникации. — К.: Брама, 2004. — 336 с.
42. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність [На матеріалах сучасної газетної публіцистики] / К. С. Серажим / Монографія / За ред. В. Різуна. / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. — К. , 2002. — 392 с.
43. Смирницкий А.И. Морфология английского языка. — М., 1959. — 440с.
44. Смирницкий А.И. Синтаксис английского языка. — М., 1962. —296с.
45. Сошальская Е.Г., Прохорова В.И. Стилистический анализ. — М.: Высшая школа, 1976. — С. 7 — 12; 33 — 37.
46. Стам, И.С. Использование фразеологизмов в заглавиях английских художественных и газетных текстов: (К вопр. о функционально-стилистической норме) // Норма и вариативность в германских языках. — Ярославль, 1989.С.58 — 67.
47. Терентьева Л.В. Вопросительные конструкции в газетных заголовках как средство выражения имплицитной оценки // Значение и функционирование языковых единиц. Саратов, 1993.

48. Толомасова О.С. Структурно-функциональные особенности английских газетных заголовков в сопоставлении с газетным информационным текстом: Дис. канд. филол. наук. – Горький, 1981. – 228 с.
49. Траченко О.Н. Стилистические особенности заглавия как знака текста в синтагматике и парадигматике (на материале современного англоязычного рассказа): Дис. ... канд. филол. наук. – К., 1984. – 200 с.
50. Тураева З. Я. Лингвистика текста / З. Я. Тураева. – М. : [б. и.], 1986. – 126 с.
51. Хаймович Б.С., Роговская Б.И. Теоретическая грамматика английского языка. – М.: Высшая школа, 1967. – 298 с.
52. Чистякова О.Н. Языковые средства в газетных текстах / О. Н. Чистякова // Журналистика Поволжья век XXI. Материалы межрегиональной научно-практической конференции. – Казань, 2002. – С.100 – 111.
53. Шамелашвили М.А. Функционально-стилистические особенности газетных заголовков (на материале прессы Великобритании и США): Дис. ...канд. филол. Наук: 10.02.04. – М. – 1982. – 197 с
54. Шмелева Т.В. Паратекст медийного текста // Структурно-семантические параметры единиц языка и речи: сб. науч. статей / отв. ред. О.М. Чупашева. – Мурманск, 2009. – С. 145–149.
55. Arnold V.I. Stylistics. Modern English. / V. Sh. — М.- 2002 — 365
56. Blokh M.Y. A Course in Theoretical English Grammar. – М., 2000
57. Britannica [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/377872/metaphor>
58. Diana Lea. Oxford Learner's Thesaurus: A Dictionary of Synonyms / Oxford University Press, 2011.- 1008p.
59. Emmott C. Experience of Reading. Cognition, Style, Affect and Social Space // Textual Secrets. The Message of the Medium. Proceedings of the 21st PALA Conference (April 12-15, 2001). – Budapest: School of English and American Studies. Eötvös Lorand University, 2001. – P. 29 –42
60. Galperin I. R. Stylistics. / V. Sh. — М. — 1981. — 365p.



61. Hornby A.S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / Oxford University Press, Incorporated, 2010. – 1796 p.
62. Ivanova T. P., Brandes O. P. Stylistic interpretation of a text. / V. Sh. — M. — 1991. — 150 p.
63. Skrebnev Y. M. Fundamentals of English Stylistics. /V. Sh. — M. — 1994. — 285 p.
64. Stylistic Terms [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://urtt.ru/phphtml/met\\_mat/sutkin/glossary.pdf](http://urtt.ru/phphtml/met_mat/sutkin/glossary.pdf)
65. Zhukovska V.V. English stylistics: fundamentals of theory and practice / V. V. Zhukovska : навч. посіб. для вищ. навч. закл. - Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2010. - 239 с.
66. Quirk R., Greenbaum S., Leech., Svartvic J. A University Grammar of English. – M., 1982.
67. Webster's New Twentieth Century Dictionary of the English Language. Unabridged [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.merriam-webster.com/>
68. Wikipedia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://en.wikipedia.org/wiki/Headline>
69. Advertising Age: January 05, 2014.
70. The Daily Mirror: May 26, 2012.
71. The Daily Telegraph: November 23, 2013.
72. The Daily Telegraph: December 15, 2013.
73. The Economic Times: March 06, 2014.
74. The Economist: March 05, 2014.
75. Forbes: March 15, 2011.
76. The Guardian: March 07, 2012.
77. The Guardian: May 06, 2012.
78. The Guardian: May 22, 2013.
79. The Guardian: February 03, 2013.
80. The Guardian: December 12, 2013.

- 81.The Guardian: December 15, 2013.
- 82.The Guardian: December 16, 2013.
- 83.The Guardian: January 04, 2014.
- 84.The Guardian: January 10, 2014.
- 85.The Guardian: February 04, 2014.
- 86.The Guardian: March 01, 2014.
- 87.The Guardian: March 04, 2014.
- 88.The Guardian: March 05, 2014.
- 89.The Guardian: March 29, 2014.
- 90.The Guardian: April 02, 2014.
- 91.The Guardian: April 03, 2014.
- 92.The Guardian: April 10, 2010.
- 93.The Guardian: April 13, 2014.
- 94.The Guardian: April 24, 2010 .
- 95.The Telegraph: December 12, 2013.
- 96.The Telegraph: December 24, 2013.
- 97.The Times: February 3, 2011.
- 98.The Times: July 12, 2012.
- 99.The Times: October 07, 2013.
100. The Times: April 24, 2013.
101. The Times: December 12, 2013.
102. The Times: March 5, 2014 .
103. The Times: March 6, 2014.
104. The Times: March 12, 2014.
105. The Times: March 28, 2010.
106. The Wall Street Journal: January 26, 2012.
107. The Washington Post: February 10, 2013.
108. The Washington Post: September 16, 2013.
109. The Washington Post: December 12, 2013.
110. The Washington Post: January 13, 2014.

111. The Washington Post: January 24, 2014.
112. The Washington Post: March 05, 2014.

## RESUME

The diploma paper “Lexico-grammatical and pragmatic peculiarities of headlines in English newspaper discourse” is dedicated to the study of different aspects of headlines in newspaper discourse. Discourse is a language phenomenon, which consists of the participants of the communication (the addresser and the addressee), situation, text and extralinguistic factors. A heading is typically found at the top of the article and summarizes its main idea. Media discourse may be viewed as the effect a media presentation has on the audience. Social and personal beliefs might impact the semantics of a particular article.

Among the scholars who investigated linguistic peculiarities of headlines we can mention O. Maksyutova, N. Kozhuna, L. Hrutsiuk, L. Lebedeva and others.

The **topicality** of the chosen topic is determined by general orientation of modern linguistic investigations to the analysis of the text as a communicative system. The investigation of the headline as for its functions and semantic organization is important in terms of finding out its informative, lexical and grammatical features and pragmatic orientation.

**The object** of the research is headings of newspaper texts.

**The subject** of the investigation is lexical, grammatical, communicative, pragmatic and stylistic peculiarities of newspaper headlines.

The **research aim** is to analyze lexico-grammatical structure of headlines, to study their functional and stylistic peculiarities on the basis of English publicistic texts.

To achieve this aim we had to do the following **tasks**:

- 1) to define the notion of the headline, its main functions and characteristics;
- 2) to investigate lexico-morphological peculiarities of English newspaper headlines;
- 3) to find out syntactic and stylistic features of newspaper headlines;
- 3) to analyze the pragmatic orientation of newspaper headlines.

**The methods of investigation:** the method of the analysis of linguistic works was used to find out the information concerning the topic under consideration; the method of total selection was used for choosing examples for the analysis; the analysis of vocabulary definitions was used to reveal the semantic structure of lexical units. To investigate lexical, syntactical and stylistic features of newspaper headlines, such methods as contextual analysis, cognitive, pragmatic and semantic analysis were used. To describe the peculiarities of headlines, the methods of systematization and generalization were employed.

**The theoretical value.** The results of the diploma paper contribute to further investigation of headlines, which convey the primary information about the content of the article, they refer to.

**The practical value** of the research lies in the opportunity of using the results of the investigation in pragmalinguistics and text linguistics.

The diploma paper consists of the introduction, two chapters, conclusions for each chapter, general conclusions, bibliography and resume.

The **introduction** deals with the research aim, tasks, methods, object and subject of the investigation.

**Chapter 1 “Theoretical principles of the investigation of English discourse”** explores the notion of a heading as a component of the discourse; deals with lexico-grammatical peculiarities and stylistic potential of English language.

**Chapter 2 “Lexical units and grammatical, stylistic-pragmatic characteristics of newspaper headlines”** deals with lexico-morphological peculiarities of newspaper headlines, their syntactic structures and ways of presenting different kinds of information, taken from the world in the process of our adaptation to it. This chapter also investigates four main functions of newspaper headlines and their semantic features.

In **Conclusions** the main results of the investigation are presented.

**Bibliography** consists of the list of works, used in the process of the research under consideration and 44 different English and American newspapers.

**The items of the diploma paper submitted to the defence:**

1. The title informativeness can be defined on the basis on content words. All headlines contain information about people and things, actions, different properties, qualitative and quantitative characteristics, which are conveyed by different content words (notional parts of speech): nouns (common and proper names), adjectives (qualitative and relative), verbs of different forms, adverbs (qualitative, quantitative, and circumstantial), numerals (cardinal and ordinal), pronouns of different subgroups (personal, relative, demonstrative, indefinite, reflexive, interrogative etc.), modals. Functional parts of speech are also used in newspaper titles: articles, conjunctions, particles, prepositions, interjections, response words.

2. To present the main idea of the article in a more prominent way, stylistic devices and expressive means of different levels are used in the headlines:

- Phonetic level – alliteration, assonance, onomatopoeia, rhyme, rhythm.
- Graphic level – punctuation marks, capital letters, italics, quotation marks.
- Lexical – literary vocabulary (terms, poetic diction, archaic words, foreign words) and conversational words (colloquial words, social and professional jargons). Abbreviations and shortenings are also used, but very often they complicate understanding of the headline.
- Syntactic expressive means – ellipsis, aposiopesis, nominative sentences, repetition, enumeration, inversion. Syntactic stylistic devices – parallelism, chiasmus, anaphora, rhetorical questions, parcellation.
- Semasiological expressive means / figures of replacement – figures of quantity (hyperbole, meiosis) and figures of quality (metonymy, periphrasis, metaphor, antonomasia, irony, allusion, epithet). Stylistic devices / figures of co-occurrence – figures of identity (simile), figures of inequality (pun, zeugma), figures of contrast (antithesis, oxymoron).

3. Different structural types of sentences are used in newspaper titles: simple one-member and two-member sentences; composite compound sentences; composite complex sentences with different kinds of subordinate clauses; composite compound-complex sentences. Besides, sentences in newspaper

headlines differ according to the purpose of utterance (declarative, interrogative and exclamatory sentences).

4. Newspaper headlines perform four main functions: informative, evaluating, stimulating, intriguing:

- Informative function according to which headlines can be full informative (headlines reveal the whole idea of the article); semi-informative (headlines do not represent the semantic component of the text).
- Evaluating function correlates real information with the readers' idea of what is good, bad, pleasant and unpleasant; this information acquires the subjective forms of expression and evaluation. Evaluating characteristics of headlines are expressed by different parts of speech: nouns, adjectives, verbs, adverbs.
- Stimulating function is performed by a headline provoking actions;
- Intriguing function is characterized by headlines which attract readers' attention, they do not allow to make a conclusion about the text, and they urges the readers to get acquainted with the whole article to understand the headline.